

**PERANCANGAN *BRANDING* LOKANANTA
SEBAGAI *DIGITAL LIBRARY* PERTAMA
MUSEUM DI INDONESIA**



PENCIPTAAN KARYA DESAIN

Oleh:

YERIKO NAEKTUA PURBA

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PERANCANGAN *BRANDING* LOKANANTA
SEBAGAI *DIGITAL LIBRARY* PERTAMA
MUSEUM DI INDONESIA**



PENCIPTAAN KARYA DESAIN

Oleh:

YERIKO NAEKTUA PURBA

NIM 1011973024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana
dalam bidang Desain Komunikasi Visual 2015

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN *BRANDING* LOKANANTA SEBAGAI *DIGITAL LIBRARY* PERTAMA MUSEUM DI INDONESIA diajukan oleh Yeriko Naektua Purba, NIM 1011973024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir tanggal 30 Juni 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota,

Drs. Baskoro S. B., M.Sn.

NIP. 1965022 199203 1 003

Pembimbing II / Anggota,

Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19780221 200501 1 002

Cograte / Anggota,

Drs. Wibowo, M.Sn.

NIP. 19570318 1987031 002

Kaprodi. DKV / Anggota,

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP. 19650209 199512 1001

Ketua Jurusan Desain,

Dekan Fakultas Seni Rupa
ISI Yogyakarta,

Drs. Baskoro S. B., M.Sn.

NIP. 1965022 199203 1 003

Dr. Suastiwi T., M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul: **PERANCANGAN *BRANDING* LOKANANTA SEBAGAI *DIGITAL LIBRARY* PERTAMA MUSEUM DI INDONESIA.**

Telah dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau diduplikasi dari tugas akhir yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk mendapat gelar sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, kecuali bagian yang dicantumkan sumber informasi.



Yeriko Naektua Purba

1011973024

QUOTE

*I hate every minute of training, but I said “Don’t Quit”.
Suffer now and live the rest of your live the rest of your life
as a champion.
(Muhammad Ali)*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, sebuah karya tugas akhir ini dapat dapat diselesaikan.

Karya tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual dan menjadi bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang ditempuh selama memperoleh pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta sejak tahun 2010 hingga 2015.

Karya tugas akhir ini berisikan proses perancangan *branding* sebuah museum pabrik piringan hitam milik pemerintah bernama Lokananta di Solo menjadi sebuah perpustakaan digital yang memuat semua data Lokananta.

Semoga perancangan karya tugas akhir ini mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Namun di sisi lain penulis menyadari bahwa karya tugas akhir masih jauh dari kata kesempurnaan. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik maupun saran agar bisa mengembangkan dan menghasilkan karya yang lebih baik lagi di hari yang akan datang.

Yogyakarta, 10 Juli 2015

Penulis

Yeriko Naektua Purba

UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas akhir perancangan ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat dari-Nya.
2. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M. Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro S.B., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain dan Dosen Pembimbing I.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas diskusi dan masukan-masukan dalam setiap proses pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn. selaku Penguji Ahli Tugas Akhir.
8. Segenap Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama menempuh proses pendidikan di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Segenap Karyawan di Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan segala bantuan selama menempuh proses pendidikan di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Terima kasih Lokananta atas keramahan, bantuan dan kerjasamanya yang baik: Pak Miftah, Mas Bembi, Bu Titiek, Mas Danang dan seluruh karyawan Lokananta.
11. Terima kasih banyak kepada orang tuaku terkasih, Drs. Saut Purba, MM dan Agustina Hutagalung atas dukungan, doa, serta kasih sayang yang luar biasa.
12. Terima kasih banyak kepada abangku Othniel Purba dan adikku Golda dan Laura Purba atas dukungan dan doa selama ini.

13. Mellissa Vaniebora Tampubolon atas dukungan dan penyemangatnya.
14. Mbak Syaura dan Mas Bayu beserta *team* Lokananta Project.
15. Anak-anak kontrakan Druwo dan teman-teman Hiburan Akhir Pekan:
Donny “Bolot”, Satria Adji, Arief “Gepeng”, “Jo” Puspito, Regio Pratama, Dia Natanegara, Abi Bilal, Zainal Arifin, Oby Ratio, Bayu “Ekoy” dan Edwin Prasetyo.
16. Teman-temanku Tifani Tarigan, Tamia, dan Helmiwati Gloria dan bantuan dari Mas Candra.
17. Teman-teman angkatan 2010 “Taling-Tarung” DKV ISI Yogyakarta.



ABSTRAK

PERANCANGAN *BRANDING* LOKANANTA SEBAGAI *DIGITAL LIBRARY* PERTAMA MUSEUM DI INDONESIA

YERIKO NAEKTUA PURBA

1011973024

Lokananta adalah sebuah pabrik piringan hitam pertama milik negara yang berdiri tahun 1956 di kota Solo, yang dibangun dengan mengemban tugas membantu Radio Republik Indonesia untuk menyebar luaskan karya musik budaya bangsa Indonesia ke seluruh penjuru tanah air.

Lokananta yang dahulu tidak seperti Lokananta yang sekarang; hanya dikenal sebagai bangunan tua yang renta dan tidak produktif. Padahal di dalam bangunan bergaya Art Deco tersebut masih banyak bukti peninggalan karya-karya anak bangsa yang mempunyai pengaruh terhadap perjalanan sejarah industri musik Indonesia.

Menghadirkan perpustakaan digital atau *digital library* untuk mendokumentasikan seluruh data Lokananta ke dalam bentuk digital dan menyebarkanluaskannya ke pada masyarakat adalah salah satu cara yang dapat ditempuh untuk membangun citra Lokananta baru, yakni sebuah museum Indonesia yang peduli akan pengembangan budaya bangsa dan peka akan pemanfaatan teknologi.

Keyword: Digilib, Digital Library, Musik, Sejarah, Lokananta.

ABSTRACT

CREATING LOKANANTA'S BRAND AS THE FIRST DIGITAL LIBRARY IN INDONESIAN MUSEUM

YERIKO NAEKTUA PURBA
1011973024

Lokananta is the first government vinyl-gramophone records factory that was built in 1956 in Solo city, which was built in order to help the Radio Republic of Indonesia spread the musical works of Indonesian culture across the country.

Lokananta nowadays is not as what it used to look like. It was only known as an unproductive and frail old building. On the other hand, the Art Deco-style building now displays youth work that influenced the history of Indonesian music industry.

Having a digital library to document all of Lokananta's data in digital form and distributing it to the public is one way to build a new Lokananta image, which is an Indonesian museum that cares about the cultural development of the nation and is sensitive to the use of technology.

Keywords: Digilib, Digital Library, Music, History, Lokananta.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DEDIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
<i>QUOTE</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah dan Lingkup Perancangan.....	3
D. Tujuan Perancangan.....	3
E. Manfaat Perancangan.....	3
F. Metode Perancangan	4
1. Data Yang Dibutuhkan.....	4
2. Metode Pengumpulan Data	4
3. Alat Yang Digunakan.....	5
4. Metode Analisis Data	5
 BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	 6
A. Landasan Teori	6
1. <i>Positioning</i>	6
2. <i>Branding</i>	8
a. <i>Functional Brand</i>	9
b. <i>Experiential Brand</i>	9

c. <i>Image Brand</i>	10
d. <i>Brand Identity atau Corporate Identity</i>	10
e. <i>Corporate Visual Identity</i>	11
3. <i>Digital Library</i>	12
a. Pengertian <i>Digital Library</i>	12
b. Manfaat dan Tantangan Membangun <i>Digital Library</i>	13
c. Membangun Koleksi Digital	14
d. Masalah Hak Cipta/ Manajemen Hak Milik	15
e. Promosi dan Aksesibilitas	15
4. <i>Website</i>	16
a. Pengertian dan Sejarah <i>Website</i>	16
b. Arsitektur <i>Website</i>	18
c. Elemen <i>Website</i>	19
d. Indikator <i>Website</i> Berkualitas	21
5. Promosi dan Media.....	23
a. Pengertian Promosi	23
b. Iklan.....	24
c. Fungsi Iklan.....	24
d. Jenis Iklan	25
e. Media Periklanan	27
f. <i>Above The Line</i>	28
g. <i>Below The Line</i>	30
6. Gaya Desain Art Deco	33
B. Identifikasi Data	36
1. Data Verbal	36
a. Sejarah Lokananta.....	36
b. Indravox	38
c. Perkembangan Lokananta	40
d. Masa Sulit Lokananta.....	43
e. Produksi Lokananta.....	44
f. Lokananta Saat Ini.....	61

2. Data Visual.....	63
a. Logo Lokananta	63
b. Gedung dan Ruangan Lokananta	63
c. <i>Company Profile</i>	65
d. Foto Dokumentasi	66
e. Piringan Hitam	67
f. Surat	68
g. Buku	70
h. Mesin.....	70
3. Analisis Data	71
a. <i>5W + 1H</i>	71
b. Kesimpulan	72
BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL	73
A. Tujuan Kreatif	73
B. Strategi Kreatif	73
1. Segmentasi Geografis.....	73
2. Segmentasi Demografis.....	73
3. Segmentasi Psikografis	74
4. Segmentasi Behavior.....	74
C. Isi Pesan	74
D. Bentuk Pesan	76
1. Pesan Verbal.....	76
a. Pemilihan Bahasa	76
b. Pemilihan Jenis Huruf	76
2. Pesan Visual	77
a. Unsur	77
b. Teknis Visual	80
c. Format Visual.....	80
d. Gaya Visual.....	80
3. Pesan Audio.....	82
a. Unsur	82

b. Teknis Audio.....	82
c. Format Audio	82
E. Program Kreatif.....	82
1. Penyusunan Sinopsis	82
2. Pengumpulan Data	82
3. Pengklasifikasian Data	83
4. Pembuatan Navigasi.....	83
5. Rough Layout.....	83
6. Revisi dan Penyesuaian.....	83
7. Perancangan Interface	83
8. Programming	84
9. Terbit	84
F. Strategi Media	84
1. <i>Website</i> (Media Utama).....	84
2. <i>Merchandise</i>	85
3. Media Sosial.....	85
4. Iklan Majalah.....	86
G. Program Media.....	87
1. <i>Website</i>	87
2. <i>Merchandise</i>	87
3. Poster dan Flyer.....	88
4. Media Sosial.....	88
5. Iklan Majalah.....	88
6. Iklan <i>Website</i>	89
 BAB IV VISUALISASI	 90
A. Sinopsis.....	90
B. Navigasi.....	92
C. Layout	93
1. Home	93
2. Berita dan <i>Single</i> Berita.....	94
3. Artikel dan <i>Single</i> Artikel	96

4. Galeri dan <i>Single</i> Galeri	98
5. Musik dan <i>Single</i> Musik.....	100
6. Merch dan <i>Single</i> Merch	102
D. Elemen Desain Interface.....	104
1. <i>Header</i>	104
2. Ragam Hias Judul dan Sub Judul.....	106
3. Logo	108
4. Tombol Sejarah Lokananta	110
5. Ikon Sosial Media.....	110
E. Final Desain dan Preview	112
1. Home	112
2. Berita dan <i>Single</i> Berita.....	113
3. Artikel dan <i>Single</i> Artikel	115
4. Galeri dan <i>Single</i> Galeri	117
5. Musik dan <i>Single</i> Musik.....	119
6. Merch dan <i>Single</i> Merch	121
F. Media Promosi.....	123
1. <i>Merchandise</i>	123
a. <i>T-Shirt</i>	123
b. <i>Canvas Bag</i>	124
c. <i>Sticker</i>	124
2. Poster dan Flyer.....	125
3. Media Sosial.....	126
4. Iklan Majalah.....	127
5. Iklan <i>Website</i>	128
BAB V PENUTUP	129
A. Kesimpulan	129
B. Saran	130
1. Bagi <i>Target Audience</i>	130
2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual	130

DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Halaman muka <i>website iramanusantara.org</i>	14
Gambar 2.2. Whiteboardjournal.com, salah satu <i>website</i> yang memiliki kualitas penyampaian informasi dan desain yang baik.....	23
Gambar 2.3. Poster bergaya Art Deco karya A. M. Cassandre (1935).....	34
Gambar 2.4. Lukisan bergaya Art Deco “Marquis d’Afflito” (1925) Oleh Tamara de Lempicka	35
Gambar 2.5. Hotel Savoy Homann Bandung yang selesai dibangun pada tahun 1939.	35
Gambar 2.6. Vila Isola Bandung (sekarang IKIP) dibangun pada tahun 1931.	35
Gambar 2.7. Bioskop Permata Yogyakarta.....	36
Gambar 2.8. Gedung Lokananta tahun 1976.	38
Gambar 2.9. Lagu Potong Bebek Gangsa dengan label Indravox.	40
Gambar 2.10. Proses produksi kaset di Lokananta.	43
Gambar 2.11. Logo resmi Lokananta.....	63
Gambar 2.12. Logo kedua Lokananta ketika menggunakan kaset pita.....	63
Gambar 2.13. Pintu utama Gedung Lokananta bergaya Art Deco.....	63
Gambar 2.14. Pekarangan dalam Lokananta.....	64
Gambar 2.15. Ruang penyimpanan material produksi kaset.....	64
Gambar 2.16. Ruang <i>audio mastering</i>	64
Gambar 2.17. Lemari penyimpanan master rekaman yang pernah diproduksi Lokananta.	65
Gambar 2.18. Ruang penyimpanan piringan hitam.	65
Gambar 2.19. Beberapa halaman <i>company profile</i> terakhir yang dikerjakan oleh pihak Lokananta.	65
Gambar 2.20. Proses cetak piringan hitam Lokananta menggunakan mesin <i>press</i> manual bermerek Vinebuilt tahun 1976	66
Gambar 2.21. Proses penggandaan kaset.	66
Gambar 2.22. Proses rekaman di studio Lokananta.....	66
Gambar 2.23. Pembangunan gedung studio baru Lokananta tahap ketiga tahun 1985.	67
Gambar 2.24. Souvenir Asian Games keempat tahun 1962.....	67
Gambar 2.25. Combo Ria.....	67

Gambar 2.26. Salinan lagu Indonesia Raya.	68
Gambar 2.27. Surat perjanjian dengan A. Kadir.	68
Gambar 2.29. Surat riwayat seniman: Gesang.	69
Gambar 2.30. Surat ciptaan notasi lagi berjudul Biduk Kasih ciptaan A. Kadir.	69
Gambar 2.31. Buku Lokananta: A Discography of The National Recording Company of Indonesia 1957-1985, oleh Philip Yampolsky.	70
Gambar 2.32. Beberapa mesin produksi (rusak) yang masih tersisa.	70
Gambar 2.33. Mesin produksi dan <i>trun table</i> (rusak).	71
Gambar 3.1. Jenis huruf Bellerose, Josefin Sans, dan Market Deco.	77
Gambar 3.2. <i>Color Identity</i> dari Lokananta.	78
Gambar 3.3 Warna kuning yang dipilih.	78
Gambar 3.4. Warna abu-abu yang dipilih.	79
Gambar 3.5. Warna putih.	79
Gambar 3.6. Warna merah yang dipilih.	80
Gambar 3.7. Poster film <i>The Great Gatsby</i> (2013) Mengadopsi gaya desain Art Deco.	81
Gambar 3.8. Pintu utama gedung Lokananta.	81
Gambar 4.1. Diagram sistem navigasi <i>digital library</i> Lokananta.	92
Gambar 4.2. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Home.	93
Gambar 4.3. <i>Layout</i> halaman Home.	93
Gambar 4.4. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Berita.	94
Gambar 4.5. <i>Layout</i> halaman Berita.	94
Gambar 4.6. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman <i>single</i> Berita.	95
Gambar 4.7. <i>Layout</i> halaman <i>single</i> Berita.	95
Gambar 4.8. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Artikel.	96
Gambar 4.9. <i>Layout</i> halaman Artikel.	96
Gambar 4.10. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman <i>single</i> Artikel.	97
Gambar 4.11. <i>Layout</i> halaman <i>single</i> Artikel.	97
Gambar 4.12. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Galeri.	98
Gambar 4.13. <i>Layout</i> halaman Galeri.	98
Gambar 4.14. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman <i>single</i> Galeri.	99
Gambar 4.15. <i>Layout</i> halaman <i>single</i> Galeri.	99

Gambar 4.16. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Musik.	100
Gambar 4.17. <i>Layout</i> halaman Musik.	100
Gambar 4.18. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman <i>single</i> Musik.	101
Gambar 4.19. <i>Layout</i> halaman <i>single</i> Musik.	101
Gambar 4.20. Sketsa alternatif <i>layout</i> halaman Merch.	102
Gambar 4.21. <i>Layout</i> halaman Merch.	102
Gambar 4.22. Sketsa alternatif halaman <i>single</i> Merch.	103
Gambar 4.23. <i>Layout</i> halaman <i>single</i> Merch.	103
Gambar 4.24. Gedung depan Lokananta bergaya Art Deco.	104
Gambar 4.25. <i>Outlinetracing</i> untuk <i>header</i> dengan Adobe Illustrator.	105
Gambar 4.26. Studi huruf Bellerose dan Market Deco.	105
Gambar 4.27. Final desain <i>header</i>	106
Gambar 4.28. Mesin produksi kaset pita.	106
Gambar 4.29. Sketsa ragam hias.	107
Gambar 4.30. Studi jenis huruf Bellerose.	107
Gambar 4.31. Final desain ragam hias judul dan subjudul.	107
Gambar 4.32. Logo Lokananta.	108
Gambar 4.33. Jenis huruf Market Deco.	108
Gambar 4.34. Final desain Lokananta dengan <i>typeface</i> Market Deco.	109
Gambar 4.35. Piringan hitam Lokananta.	109
Gambar 4.36. Sketsa tombol sejarah Lokananta.	110
Gambar 4.37. Final desain tombol sejarah Lokananta.	110
Gambar 4.38. Gramophone klasik.	111
Gambar 4.39. Sketsa grup media sosial.	110
Gambar 4.40. Final disain grup ikon media sosial.	111
Gambar 4.41. Final desain halaman Home.	112
Gambar 4.42. <i>Preview</i> halaman Home	112
Gambar 4.43. Final desain halaman Berita.	113
Gambar 4.44. <i>Preview</i> halaman Berita.	113
Gambar 4.45. Final desain halaman <i>single</i> Berita.	114
Gambar 4.46. <i>Preview</i> halaman <i>single</i> Berita.	114
Gambar 4.47. Final desain halaman Artikel.	115

Gambar 4.48. <i>Preview</i> halaman Artikel.....	115
Gambar 4.49. Final desain halaman <i>single</i> Artikel.....	116
Gambar 4.50. <i>Preview</i> halaman <i>single</i> Artikel.....	116
Gambar 4.51. Final desain halaman Galeri.....	117
Gambar 4.52. <i>Preview</i> halaman Galeri.....	117
Gambar 4.53. Final desain halaman <i>single</i> Galeri.....	118
Gambar 4.54. <i>Preview</i> halaman <i>single</i> Galeri.....	118
Gambar 4.55. Final desain halaman Musik.....	119
Gambar 4.56. <i>Preview</i> halaman Musik.....	119
Gambar 4.57. Final desain halaman <i>single</i> Musik.....	120
Gambar 4.58. <i>Preview</i> halaman <i>single</i> Musik.....	120
Gambar 4.59. Final desain halaman Merch.....	121
Gambar 4.60. <i>Preview</i> halaman Merch.....	121
Gambar 4.61. Final desain halaman <i>single</i> Merch.....	122
Gambar 4.62. <i>Preview</i> halaman <i>single</i> Merch.....	122
Gambar 4.63. Elemen <i>interface</i> yang akan dikembangkan.....	123
Gambar 4.64. Final desain <i>merchandise</i> T-Shirt.....	123
Gambar 4.65. Elemen <i>interface</i> yang akan dikembangkan.....	124
Gambar 4.66. Final ilustrasi <i>merchandise canvas bag</i>	124
Gambar 4.67. Final desain <i>sticker</i>	124
Gambar 4.68. Elemen <i>interface</i> yang akan digunakan.....	125
Gambar 4.69. Final desain (<i>portrait</i>) dan alternatif desain (<i>landscape</i>) poster dan flyer.....	125
Gambar 4.70. <i>Profile picture</i> untuk media sosial.....	126
Gambar 4.71. <i>Cover</i> untuk media sosial.....	126
Gambar 4.72. <i>Preview</i> pengaplikasian pada Facebook.....	126
Gambar 4.73. <i>Preview</i> pengaplikasian pada Twitter.....	127
Gambar 4.74. Final desain iklan majalah (205mm x 65mm).....	127
Gambar 4.75. <i>Preview</i> pengaplikasian iklan majalah.....	127
Gambar 4.76. Iklan <i>website</i> (300 px x 250 px).....	128
Gambar 4.77. <i>Preview</i> pemasangan iklan <i>website</i> pada <i>rollingstone.com</i>	128

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat tidak bisa menyalahkan secara “mentah-mentah” terhadap bangsa lain atas aksi pengklaiman hasil kekayaan intelektual Bangsa Indonesia jika masyarakat Indonesia sendiri tidak ikut berusaha untuk menjaga dan melestarikan budaya bangsanya. Salah satu contoh kasus yang cukup menghebohkan terjadi pada akhir tahun 2008, Malaysia menggunakan lagu tradisional dari Maluku yang berjudul “Rasa Sayange” untuk mempromosikan kepariwisataan Negeri Jiran itu. Meskipun Pemerintah Malaysia telah memberikan konfirmasi atas pengklaiman tersebut, namun tetap saja tidak membuat masyarakat Indonesia merasa puas dan berhenti memberikan hujatan-hujatan yang memenuhi banyak media, terlebih jejaring sosial pada saat itu. (www.suaramerdeka.com)

Hujatan-hujatan dan dukungan dalam bentuk suara dalam dunia maya tersebut tentu tidak akan memberikan perubahan karena tidak menyetertakan bukti autentik, padahal jika ditelusuri dari sejarah dan perkembangan musik Indonesia, Rasa Sayange pernah tercatat sebagai salah satu musik hasil kebudayaan Bangsa Indonesia. Bahkan tidak banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui bahwa lagu yang diyakini diciptakan oleh Paulus Pea tersebut pernah didokumentasikan, dibawakan ulang oleh Orkes Lokanada di bawah arahan B. Y. Supardi pada tahun 1962 dan diproduksi di sebuah studio musik dan pabrik piringan hitam pertama milik negara yakni Lokananta di kota Solo dan telah dipublikasikan dalam bentuk *vinyl* atau piringan hitam untuk kebutuhan cinderamata Asian Games IV di Jakarta pada bulan Agustus 1962. (www.tempo.co)

Selain lagu rakyat Maluku tersebut, masih banyak rekaman lagu-lagu lainnya yang pernah direkam di Lokananta, baik itu berupa lagu tradisional, Orkes Melayu dan Keroncong hingga musik Pop dan Jazz bahkan rekaman pidato Bung Karno, yang kesemuanya itu merupakan harta Bangsa Indonesia yang berharga dan dapat dijadikan bukti fisik akan sejarah musik dan budaya

Indonesia, yang bila tidak diperhatikan dengan baik akan memiliki nasib yang sama dengan Rasa Sayange. (sejarawanmuda.wordpress.com)

Berkembangnya teknologi komunikasi harusnya mampu dimanfaatkan untuk berbagi informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Salah satu solusi pemanfaatan tersebut adalah perpustakaan digital atau *digital library*. *Digital Library* adalah sistem digitalisasi perpustakaan dilengkapi dengan sistem pencatatan dan database yang lengkap dan terstruktur sehingga memudahkan pengunjung untuk mengakses baik secara online. Dikutip dari <http://usi.sttgarut.ac.id/>, manfaat dari *digital library* adalah sebagai berikut:

1. Pertukaran informasi berjalan sangat cepat dengan penggunaan jasa internet, sehingga sumber-sumber informasi pada *digital library* tersedia dalam kondisi yang selalu baru.
2. Bagi pengguna informasi, adanya *digital library* ini dapat menghemat waktu, menghemat tenaga, menghemat tempat, menghemat biaya, memperoleh informasi yang paling baru dan cepat, mempermudah akses informasi dari berbagai sumber, memberikan solusi secara mudah untuk memindah dan mengubah bentuk informasi untuk berbagai kepentingan.
3. Bagi perpustakaan dan pustakawan, manfaatnya adalah dapat menghemat anggaran, memperingan pekerjaan, meningkatkan layanan, menghemat ruangan/tempat, menumbuhkan rasa bangga, menghemat sumber daya manusia, menghemat waktu, dan dapat meningkatkan citra perpustakaan.

Hal tersebut juga baik bila dimanfaatkan oleh Lokananta, mengingat bahwa Lokananta merupakan salah satu tonggak penting dan memiliki sejumlah informasi mengenai sejarah dan perkembangan musik Indonesia, serta memiliki banyak daftar karya-karya musisi yang pernah diproduksi yang bila dipublikasikan sejak dini akan sangat membantu dalam mengurangi peluang pengklaiman karya musik karya Bangsa Indonesia oleh pihak-pihak lain.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang *branding* Studio Lokananta sebagai *digital library* pertama museum di Indonesia yang memuat dokumen sipil maupun negara yang pertama di Indonesia?

C. Batasan Masalah dan Lingkup Perancangan

Batasan dan lingkup perancangan ini adalah *repositioning* Lokananta dengan pendekatan *visual branding*.

D. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk menciptakan *branding* Lokananta sebagai *digital library* pertama museum di Indonesia.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Target Audience

- a. Memperkenalkan kembali Lokananta sebagai museum tempat pembelajaran sejarah perkembangan industri musik Indonesia.
- b. Memperkenalkan lagu-lagu tempo dulu Indonesia kepada generasi muda.
- c. Mengingatkan kembali lagu-lagu tempo dulu kepada orang tua (nostalgia).
- d. Wadah pengarsipan akan mempermudah para akademisi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perkembangan industri musik Indonesia.
- e. Menambah referensi musik bagi para musisi.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

- a. Menambah referensi visual bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual bahwa *digital library* adalah salah satu solusi alternatif untuk menarik minat dan memperkenalkan tempat wisata kepada publik secara lebih luas.

- b. Pengarsipan data album musik yang pernah direkam di Lokananta akan membantu pengkajian mahasiswa Desain Komunikasi Visual mengenai bentuk visual yang ada pada tahun tersebut.
- 3. Bagi Lembaga Pendidikan Desain Komunikasi Visual
 - a. Memberikan alternatif model pemecahan masalah mengenai *repositioning* dan *visual branding*.
 - b. Mempromosikan DKV-ISI Yogyakarta sebagai salah satu kampus yang memiliki jurusan Desain Komunikasi Visual yang mampu memberikan alternatif pemecahan masalah baik di segi ide maupun di segi visual.

F. Metode Perancangan

1. Data Yang Dibutuhkan

Data yang dibutuhkan adalah data verbal dan visual yang berkaitan dan mampu menjelaskan serta melengkapi data yang satu dengan yang lainnya. Data verbal dapat diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan perancangan, sejarah perkembangan industri musik Indonesia, serta tulisan-tulisan mengenai Lokananta itu sendiri. Sedangkan data visual dibutuhkan foto-foto dari Studio Lokananta, baik gedung, foto aktivitas yang pernah terjadi di Lokananta serta objek yang ada di dalamnya, termasuk kover album dari piringan hitam yang masih tersisa untuk keperluan pengarsipan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini dapat diperoleh dengan cara:

a. Mencari data pustaka

Data pustaka merupakan tulisan-tulisan mengenai Lokananta dalam sejarah perkembangan industri musik Indonesia. Data-data tersebut bisa diperoleh dari buku, majalah dan jurnal.

b. Menelusuri internet

Menelusuri internet merupakan cara lain yang dapat dilakukan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari data pustaka. Karena

internet bersifat maya, memungkinkan untuk memperoleh data dalam berbagai format.

c. Survey

Survey langsung ke objek penelitian, yakni Lokananta di Solo dapat dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh. Cara survey pun memungkinkan untuk memperoleh data lain yang mungkin selama ini tidak pernah dipublikasikan.

3. Alat Yang Digunakan

Agar pengumpulan data yang dilakukan lebih lengkap dan mendetail, maka dibutuhkan berbagai alat/instrumen dalam pelaksanaannya. Adapun alat alat tersebut, yakni:

- a. Kamera foto sebagai alat pendokumentasian visual objek yang dituju.
- b. Buku catatan untuk mencatat info-info penting dari media sumber informasi yang lain.
- c. Mesin pemindai (*scanner*) untuk mentransformasikan kover album ke dalam bentuk soft copy.
- d. Alat perekam/konversi dari piringan hitam ke format audio digital mp3.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, dan How*).

- a. *What* : Apa bentuk perancangan yang dapat dihadirkan?
- b. *Who* : Siapa yang menggagas perancangan ini?
- c. *When* : Kapan perancangan ini akan dilaksanakan?
- d. *Where* : Di mana perancangan ini akan dilaksanakan?
- e. *Why* : Mengapa perancangan ini perlu dilaksanakan?
- f. *How* : Bagaimana perancangan ini akan bekerja?